

## BAB V

### SIMPULAN IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

#### 5.1 Simpulan

Penelitian mengenai model peningkatan kinerja perbankan syariah melalui pendekatan *organizational citizenship behavior* pada 33 (tiga puluh tiga) bank syariah yang menjadi sampel dalam penelitian ini didapatkan simpulan sebagai berikut.

1. Penelitian mengenai gambaran karakteristik perbankan syariah di Indonesia dijelaskan sebagai berikut.
  - a. Berdasarkan analisis penelitian lingkungan pada perbankan syariah yang terdiri dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal, didapatkan hasil lingkungan internal perbankan syariah di Indonesia ada dalam kondisi kategori tinggi, sehingga dapat memberikan petunjuk bahwa perbankan syariah di Indonesia memiliki kemampuan dalam menilai atau mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap bidangnya. Angka skor tertinggi terdapat pada dimensi *Product and Service*, melalui pernyataan “nilai tambah dalam pengembangan produk serta penciptaan kualitas layanan”. Kategori tinggi juga diperlihatkan oleh pengaruh lingkungan eksternal perbankan syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini menginformasikan bahwa perbankan syariah telah mampu memilah dan menghadapi permasalahan secara global yang dihadapi perusahaan baik dalam bentuk, fungsi dan keterkaitan maupun antara bidang. *Competitor* merupakan dimensi dengan perolehan angka skor tertinggi.
  - b. Kegiatan penciptaan *strategic branding* melalui aktifitas *brand awareness*, *brand relationship*, dan *brand response* serta *brand image* yang dilakukan perbankan syariah di Indonesia berada pada kategori cukup. Dimensi *brand Response* merupakan dimensi yang memperoleh skor angka tertinggi.
  - c. *Strategic human resource value* yang dilaksanakan oleh industri perbankan syariah di Indonesia telah masuk dalam kategori cukup. Hal ini menandakan bahwa pelaksanaan *strategic human resource value* pada industri perbankan syariah di tanah air ini sudah berjalan cukup baik.

- d. *Organizational citizenship behavior* yang dimiliki perbankan syariah di Indonesia masuk dalam kategori tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap tingkatan yang berada di perbankan syariah berperan aktif untuk bekerja sama dan saling menghargai dalam suatu kelompok kerja, dan membantu pegawai lainnya.
  - e. Kinerja Perbankan Syariah di Indonesia memiliki berada dalam kategori cukup. Dimensi *Profitabilitas* merupakan dimensi yang memperoleh skor angka tertinggi.
2. Simpulan berikutnya mengenai hasil pengujian hipotesis, faktor lingkungan internal mempunyai pengaruh yang positif pada peningkatan *strategic human resource value* pada Industri Perbankan Syariah di Indonesia (hasil pengujian hipotesis 1).
  3. Faktor-faktor lingkungan, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal secara positif membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap *strategic branding* pada perbankan syariah di Indonesia (hasil pengujian hipotesis 2 dan 3).
  4. *Strategic human resource value* dan *strategic branding* memiliki pengaruh positif terhadap *organizational citizenship behavior* yang diimplementasikan oleh perbankan syariah di tanah air Indonesia (hasil pengujian hipotesis 4 dan 5), selain itu berpengaruh secara positif juga terhadap kinerja perbankan syariah (hasil pengujian hipotesis 6 dan 7).
  5. *Organizational Citizenship Behavior* mempunyai akibat secara langsung terhadap kinerja perbankan syariah di Indonesia (hasil pengujian hipotesis 8).

## 5.2 Implikasi

Penelitian ini telah menghadirkan kesimpulan bahwa *strategic branding* dan *Strategic human resource value* melalui *organizational citizenship behavior* pada perbankan syariah di Indonesia memiliki pengaruh positif sebagai upaya meningkatkan kinerja perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah pada dasarnya telah memiliki beberapa kemampuan dalam menghadapi faktor lingkungan eksternal yang

ada seperti *competitor*, *regulator* dan *customer*. Kemampuan perbankan syariah dalam menghadapi peluang dan tantangan dalam lingkungan eksternal tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan internal perbankan syariah, seperti meningkatkan kinerja setiap unit dalam bank seperti pemasaran, keuangan hingga sumber daya manusia. Perbankan syariah juga dapat memanfaatkan perkembangan teknologi informasi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan pelayanan pada nasabah dan pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, mengoptimalkan peluang-peluang dari kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah khususnya bank sentral dan Otoritas Jasa Keuangan, serta memanfaatkan perubahan pasar menghadapi persaingan global.

Setiap perbankan perlu melakukan strategi untuk menumbuhkan kinerjanya. Salah satu pilihan strategi yang digunakan oleh perbankan syariah adalah *strategic branding*. *Strategic branding* mempunyai pengaruh yang baik untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada perbankan syariah dan mempertahankan serta meningkatkan hubungan jangka panjang dengan nasabah. *Strategic branding* yang dapat dilakukan oleh perbankan syariah salah satunya melalui program-program baru dalam hal aspek *positioning*, *differentiation*, dan *branding*, yang dilakukan melalui upaya-upaya sosialisasi dan edukasi yang lebih terarah kepada masyarakat umumnya dan khususnya kepada target market yang telah ditetapkan.

Peningkatan kinerja perbankan syariah dapat juga dilakukan melalui *strategic human resource value*. Manajemen sumber daya manusia strategis adalah sarana untuk meningkatkan keunggulan bersaing organisasi. Pendekatan ini banyak diterapkan untuk perencanaan strategi organisasi yang berkesinambungan. Jika *strategic human resource* diselaraskan dengan strategi perusahaan maka akan berpengaruh terhadap kinerja pegawai secara positif dan akan berdampak pada peningkatan produktivitas individu atau kelompok.

Selain itu, *organizational citizenship behavior* juga memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan kinerja suatu perusahaan. Jika tingkat *organizational citizenship behavior* yang dimiliki karyawan dalam suatu perusahaan tinggi, maka tingkat produktivitas dan kesuksesan karyawan tersebut akan tinggi juga. Kesuksesan

Arif Budiraharja, 2020

**MODEL PENINGKATAN KINERJA PERBANKAN SYARIAH MELALUI PENDEKATAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (STUDI PADA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

itu tidak hanya untuk dirinya sendiri tetapi juga untuk kebutuhan pengembangan organisasi. *Organizational citizenship behavior* yang tinggi dalam sebuah organisasi akan berdampak pada terciptanya lingkungan organisasi yang lebih efektif dan efisien. Hal ini dapat mendorong karyawan yang belum mengimplementasikan OCB untuk mempraktekkan perilaku-perilaku yang lebih positif dan membantu meningkatkan kinerjanya.

### 5.3 Rekomendasi

Penelitian yang membahas hubungan antara lingkungan internal, lingkungan eksternal, *strategic branding*, *strategic human resource value*, dan *organizational citizenship behavior* serta kinerja perbankan syariah dalam disertasi ini dilakukan pada 33 (tiga puluh tiga) perbankan syariah di Indonesia. Berdasarkan statistika deskriptif, verifikatif dan pembahasan yang telah dilakukan, peneliti merekomendasikan beberapa hal sebagai berikut, yaitu :

1. Lingkungan internal yang berada pada perbankan syariah di Indonesia yang masih perlu ditingkatkan adalah mengenai *human resource management capability* terkait dengan pengembangan terhadap sumber daya manusia oleh perbankan syariah melalui pelatihan *non degree*. Pelatihan *non degree* dapat dilakukan melalui penyelenggaraan diklat-diklat baik dilakukan secara *inhouse* maupun mengirimkan pegawai dalam kegiatan-kegiatan *workshop* atau seminar publik dan program sertifikasi profesi. Baik dilaksanakan secara kerjasama dengan asosiasi atau otoritas perbankan dan secara mandiri yaitu melalui program yang terstruktur dan sistematis. Aspek lingkungan internal lainnya yang masih perlu ditingkatkan lagi yaitu mengenai *authentic leadership* yang berkaitan dengan objektivitas pemimpin terhadap karyawan. Peningkatan kemampuan untuk membentuk nilai-nilai objektivitas seorang pemimpin tidak bisa dilakukan secara singkat, perlu dilakukan secara sistematis melalui *tour duty* dan pembekalan khusus, mengingat masih banyak pemimpin yang ada di perbankan syariah berlatar belakang dari

perbankan konvensional yang umumnya belum memiliki pengalaman dan mengenal dalam menangani operasional dan lingkungan bisnis perbankan syariah.

2. Lingkungan eksternal yang dihadapi oleh perbankan syariah di Indonesia yang perlu ditingkatkan adalah tingkat intensitas nasabah atau konsumen bank syariah dalam menggunakan produk atau jasa bank syariah. Kurangnya tingkat intensitas nasabah atau konsumen dalam menggunakan produk atau jasa yang ada pada bank-bank syariah dapat disebabkan oleh minimnya inovasi atau pengembangan produk dan layanan yang mengedepankan *uniqueness* dari prinsip syariah dan kebutuhan nyata masyarakat, perbaikan terhadap pelayanan juga harus dilakukan melalui *human in touch* dalam pelayanannya agar nasabah tetap loyal dan dari sisi penyesuaian dengan jaman teknologi informasi dewasa ini.

Untuk meningkatkan intensitas penggunaan produk dan jasa bank syariah dapat juga dilakukan melalui peningkatan pengetahuan masyarakat akan produk dan jasa yang dapat dilayani oleh perbankan syariah melalui edukasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh pemangku kepentingan, khususnya bank-bank syariah dan lembaga lainnya yang terkait dengan pengembangan perbankan syariah. Kegiatan untuk menggugah ketertarikan dan minat masyarakat untuk memanfaatkan produk dan layanan perbankan syariah harus dilakukan dan bersinergi dengan semua *stakeholder*, misalnya melibatkan Majelis Ulama Indonesia, Masyarakat Ekonomi Syariah, OJK atau Bank Indonesia serta asosiasi profesi serta masyarakat melalui peningkatan dan penajaman sasaran program-program '*iB Campaign*' yang rutin dilakukan setiap tahun di setiap daerah atau kota di seluruh Indonesia secara bergilir.

3. *Strategic branding* yang dilakukan oleh perbankan syariah di tanah air secara umum sudah sesuai dengan sasaran dan target market perbankan namun masih perlu ditingkatkan khususnya perihal kesadaran masyarakat terhadap keberadaan dan *brand image* Bank Syariah. Peningkatan kesadaran masyarakat akan eksistensi dan *brand image* perbankan syariah dapat dilakukan salah satunya melalui program edukasi dan sosialisasi yang lebih terarah dan bersinergi dengan berbagai *stakeholder* dan harus melakukan 'pemasaran bersama' dengan bank induknya

Arif Budiraharja, 2020

**MODEL PENINGKATAN KINERJA PERBANKAN SYARIAH MELALUI PENDEKATAN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR (STUDI PADA PERBANKAN SYARIAH DI INDONESIA)**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

yang telah terlebih dahulu memiliki “*brand*”, atau sinergi *co-branding* baik produk maupun layanan dengan bank konvensional papan atas serta meningkatkan jaringan kantor, khususnya melalui sistem layanan keuangan tanpa kantor (LAKU PANDAI), sehingga makin mendekatkan diri dengan masyarakat sekitar wilayah kerja operasional bank syariah.

4. Sedangkan *strategic human resource value* yang masih perlu ditingkatkan lagi oleh perbankan syariah yaitu mengenai kegiatan evaluasi, khususnya sosialisasi aturan ketenagakerjaan yang terkait pemutusan hubungan kerja karyawan dan sosialisasi aturan kepegawaian secara internal untuk meminimalisir kesalahpahaman dan peningkatan kedisiplinan pegawai melalui penerapan secara intensif budaya kerja yang berbasis syariah.
5. Secara *Organizational citizenship behavior* perbankan syariah yang masih perlu ditingkatkan adalah terkait dengan pernyataan “rasa tanggung jawab jajaran pengurus dan pegawai bank terhadap kewajiban kerjanya di perusahaan tempat mereka bernaung”. Hal ini dapat dilakukan melalui penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Government*) berbasis nilai-nilai profesionalisme dan syariah, serta penerapan budaya perusahaan melalui “*Role model*” yang baik.
6. Dalam upaya meningkatkan kinerja dan kesiapan memasuki kesepakatan masyarakat ekonomi ASEAN (MEA) perbankan syariah dituntut harus bisa bersaing dengan lingkungan atau kompetitor internasional, salah satu caranya yang bisa dilakukan secara internal adalah perbankan syariah Indonesia harus lebih efisien, harus memiliki rasio BOPO yang ideal, dan meningkatkan ROA dan ROE secara konsisten, serta peningkatan kapasitas SDM yang handal sehingga bisa bersaing dengan bank *competitor* yang pada akhirnya akan meningkatkan akselerasi pertumbuhan kinerja perbankan syariah di Indonesia.